

УДК 7.08**Современное состояние и основные тенденции развития
индустрии развлечений в культурном пространстве России****Левицкая Анастасия Николаевна**

Аспирант кафедры ЮНЕСКО,
Институт государственной службы и управления,
Российская академия народного хозяйства
и государственной службы при Президенте РФ,
119571, Российская Федерация, Москва, просп. Вернадского, 82/1;
e-mail: 3707765@mail.ru

Аннотация

Статья посвящена исследованию современного культурного явления – индустрии развлечений, ее современного состояния и тенденций развития, обусловленных трансформацией культурного пространства России. В основной части статьи рассматривается проблема соотношения понятий «индустрия развлечений» и «индустрия досуга», вызванная их многоаспектностью и разнообразием исследовательских подходов. Автор обосновывает собственное понимание этой проблемы, согласно которому термин «индустрия досуга» имеет более широкое смысловое наполнение, чем «индустрия развлечений». В исследовании подчеркивается значимость индустрии развлечений и выполняемых ею функций для развития российского общества на современном этапе, включая вклад в экономику, создание рабочих мест, релаксационную и здоровьесберегающую функции. Наряду с положительными аспектами, отмечается неоднозначная оценка этого культурного явления в научных трудах российских исследователей. Особое внимание уделяется вопросу взаимосвязи индустрии развлечений и потребительских предпочтений в контексте изменяющейся культурной парадигмы российского социума. Многообразие культурных практик в современной индустрии развлечений порождает ряд противоречивых тенденций в ее развитии, которые представлены в заключительной части исследования.

Для цитирования в научных исследованиях

Левицкая А.Н. Современное состояние и основные тенденции развития индустрии развлечений в культурном пространстве России // Культура и цивилизация. 2024. Том 14. № 10А. С. 128-134.

Ключевые слова

Индустрия развлечений, индустрия досуга, культурное пространство, культурная среда, культурный продукт, культуросозидающие потенции, высокая культура, массовое сознание, массовая культура, потребительские предпочтения.

Введение

Изменения в экономической сфере, произошедшие в результате перехода к рыночным отношениям, появление института частной собственности, развитие предпринимательства в России, оказали серьезное влияние на все сферы жизнедеятельности общества, тем самым определив вектор их развития на ближайшую перспективу. Эти обстоятельства заставили переосмыслить традиционные подходы к сфере досуга и развлечений. Если раньше, во времена СССР, культурные предпочтения общества формировались в основном при непосредственном участии государства и, во многом зависели от политического курса страны, то в период развития рыночных отношений индустрия досуга и развлечений все больше заявляет о себе как самостоятельном сегменте экономики.

Положительное влияние, оказываемое индустрией развлечений на экономическую и социальную сферы современного социума, отмечается большинством современных российских исследователей [Воронина, 2021; Зиятдинова, 2005; Стальная, 2009] и многими другими. Прежде всего, оно связано с развитием отечественного производства материально-технического оснащения, необходимого для индустрии развлечений, организацией для населения досугового времяпровождения, выполняющего важную релаксационную функцию в современном ритме жизни. Также можно отметить и другие положительные аспекты индустрии развлечений для российского социума, в частности создание дополнительных рабочих мест, что позволяет отчасти решать вопрос с занятостью населения у нас в стране, а также обеспечивать прирост государственного бюджета за счет доходов, полученных в результате деятельности в сфере досуга и развлечений. Важную функцию в обеспечении молодежи качественным досугом, ориентирующим подрастающее поколение на здоровый образ жизни, выполняют спортивные развлекательные мероприятия, концертные программы, театрализованные выступления, органично вписанные в общую канву индустрии развлечений.

Таким образом, принимая во внимание значимость индустрии развлечений в современной культуре, недостаточное внимание со стороны исследователей к вопросу соотношения предлагаемых этой сферой услуг и потребительских предпочтений в обществе, вполне закономерно актуализирует научный интерес к проведению всестороннего анализа, направленного на выявление положительных и отрицательных тенденций в развитии этого феномена в культурном пространстве России.

Основная часть

На современном этапе своего развития индустрия развлечений представляет собой сравнительно новое явление российской культуры, трансформирующееся с учетом предъявляемых к ней требований со стороны экономического, политико-правового курса страны, а также в контексте изменяющегося культурного уровня населения, который является основополагающим в определении его потребительских предпочтений.

Многоаспектный характер понятия «индустрия развлечений» вызывает дискуссии у современных исследователей, полемизирующих на предмет соотношения этого понятия с другим – «индустрией досуга». К числу работ, в которых авторы проводят смысловой разбор этих концептов, можно отнести научные публикации [Астафьева, 2005], [Дуликов, 2014], [Шарковская, 2009], [Ярошенко, 2017] и многих других исследователей, взгляды которых

условно можно разделить на две группы: к первой отнесем тех ученых, кто считает эти понятия синонимичными, а ко второй – разными по смыслу и содержанию, но однопорядковыми понятиями.

На первый взгляд может показаться, что эти понятия действительно синонимичны и не требуют детального рассмотрения их смыслового содержания с точки зрения повседневного употребления. Вместе с тем, полагаем, что в содержательном плане понятие «индустрия досуга» значительно шире и предполагает весь спектр существующих форм организации досугового времяпровождения, включая, в том числе и индустрию развлечений. Похожей позиции придерживается Н.В. Шарковская, указывающая на конкретные виды проявления досуга в обществе [Шарковская, 2009, 79]. Об этом пишет и другой российский исследователь Н.Н. Ярошенко, подразумевая под этими видами: «тематические парки развлечений и игровые зоны, аквапарки, боулинги, катки, интерактивные музеи и другие места отдыха» [Ярошенко, 2017, 112]. При этом, автором отмечается изменчивый характер индустрии развлечений, способной приспосабливаться к новым условиям культурной среды, диктующей все более жесткие требования к предоставляемым услугам развлекательной направленности (меняющиеся потребительские предпочтения, конкуренция на рынке развлекательных услуг, совершенствование технических возможностей и др.).

Трансформация социокультурной среды, наметившаяся в последние годы, благодаря активному вмешательству со стороны органов государственной власти в область культурной политики, очевидно приносит свои положительные результаты. Об этих тенденциях совершенно справедливо в одной из своих работ замечает профессор О.Н. Астафьева: «Современный этап социокультурного развития многими исследователями, как правило, характеризуется как преодоление духовного кризиса, отмечается дифференциация и индивидуализация культурных потребностей и интересов. С одной стороны, это действительно так: вместо традиционных массовых форм досуга, развивавшихся в России в течение длительного периода, намечается дифференциация досуговых форм за счёт снятия идеологических запретов, экономических ограничителей, возможностей организации форм индивидуального досуга. С другой стороны, произошла дифференциация возможностей удовлетворения культурных потребностей. Население разделилось на тех, кому доступна только массовая культура, и тех, кто может выбирать из всей палитры культурного наследия современности и прошлых эпох. Ценности высокой культуры, создающиеся особым профессионально подготовленным меньшинством и во многом определяющие облик духовной культуры общества, стали менее доступными для большинства» [Астафьева, 2005, 72].

Высказанная мысль ученого затрагивает еще один важный аспект, связанный с развитием индустрии развлечений в современном культурном пространстве России. Дело в том, что наряду с положительными тенденциями, наметившимися в этой сфере в последние годы, произошла подмена ценностно-смыслового наполнения самой миссии индустрии развлечений, взамен которой можно наблюдать ее ориентированность на получение выгоды и массовый характер предоставляемых услуг, направленный на удовлетворение потребительских предпочтений «низкого сорта».

Как следствие, весьма актуальным и востребованным в изучении этого феномена культуры, становится раскрытие культуросозидающих потенциалов индустрии развлечений в современном культурном пространстве, способствующих духовному росту российского социума. Гармонизация отношений между индустрией развлечений и потребительскими предпочтениями

должна основываться на соответствии количества предлагаемых развлекательных мероприятий их качественному содержанию, транслируемые интеллектуальной и творческой элитой «высокие» культурные ценности должны быть доступными для широких кругов общественности, что, несомненно, предполагает более высокий уровень жизни населения. Эта мысль находит подтверждение в работе О.Н.Астафьевой, где автор резюмирует следующее: «В то время как в России отмечается появление новых культурных практик, стилей жизни, разнообразных субкультур, развитие новых форм досуга и культурного потребления, качество жизни населения остается на недопустимо низком уровне» [Астафьева, 2005, 74].

Действительно, современное культурное пространство становится перенасыщенным разнообразными культурными практиками и, во многом этому способствует демократизация общества, вытеснение бизнес-структурами привычного в советском прошлом стереотипного восприятия сферы культуры, в которой развлекательные услуги должны создаваться исключительно под строгим контролем со стороны государства. Статистически сегодня представляется весьма сложной задачей определить точное количество создаваемых в современной индустрии развлечений творческих проектов, поддержанных частными инвесторами. Одно можно утверждать совершенно точно, что их насчитывается великое множество и высокая инвестиционная активность в этом сегменте экономики продолжает расти, несмотря на предполагаемые со стороны бизнесменов существенные капиталовложения. Весьма привлекательными для них в условиях высокой конкуренции выступают быстрая окупаемость таких проектов и «достаточно низкие эксплуатационные издержки, особенно нового оборудования» [Ярошенко, 2016]. Постепенно сфера досуга и развлечений выходит из-под контроля государства, где оно уже не в состоянии удовлетворить потребительские предпочтения населения в виду невозможности финансирования в таком объеме.

Сказанное выше позволяет утверждать, что на сегодняшний день в индустрии развлечений, наряду с другими разновидностями сферы досуга, существует значительное отставание государственных структур от бизнеса в создании недорогого, но качественного контента, направленного на реализацию развлекательных проектов, удовлетворяющих культурные запросы населения. Это еще одна тенденция, с которой пришлось столкнуться при изучении современного состояния индустрии развлечений в культурном пространстве России.

Заключение

Обобщая вышеизложенное, стоит особо отметить многоаспектный характер изучаемого культурного явления – индустрии развлечений в современном культурном пространстве России. Сложности в его исследовании связаны, прежде всего, с неоднозначными подходами к его пониманию среди российских исследователей, кроме того, постоянно изменяющееся, под воздействием различных факторов, культурное пространство, диктует бесконечно новые правила и предъявляет особые требования, заставляющие трансформироваться этой культурной отрасли. Основными тенденциями в развитии индустрии развлечений и потребительских предпочтений, которые удалось выявить в процессе проведенного исследования, выступают следующие: во-первых, индустрия развлечений активно развивается вслед изменяющемуся культурному пространству современного российского социума; во-вторых, она занимает важное место в общей системе культуры России, о чем свидетельствует ее вклад в развитие экономической и социокультурной сфер жизнедеятельности общества; в-третьих, развитие

индустрии развлечений во многом зависит от потребительских предпочтений, формирующихся в современном обществе (последние, в свою очередь, определяются культурными ценностями, вкусами и интересами конкретного исторического времени); в-четвертых, особую роль в развитии индустрии развлечений играют современные бизнес-структуры, которые постепенно занимают лидирующие позиции в принятии ключевых решений относительно создания тех или иных учреждений, относящихся к этой отрасли. Государство перестает быть основным заказчиком культурных ценностей в современном российском обществе. И, наконец, в-пятых, серьезную озабоченность среди культурологов, на современном этапе развития индустрии развлечений, вызывает тяготение к материальной наживе со стороны частного бизнеса, влекущее за собой духовное обнищание общества, которое находясь под влиянием предлагаемых «низкосортных» культурных продуктов, постепенно духовно деградирует и превращается в потребителя культуры масс, что в конечном итоге может привести к полному вымещению высокой культуры.

Таким образом, на современном этапе развития культурного пространства России крайне важно найти консенсус во взаимоотношениях между государством и бизнесом, в которых основной движущей силой должно оставаться государство, способное регулировать и направлять общественное сознание в нужном культурном русле, ориентируясь при этом на ценности, предлагаемые элитарной, а не массовой культурой. Полагаем, что результатом этого сложного процесса станет гармонизация отношений между всеми заинтересованными сторонами (государство-общество-бизнес), находящихся в тесном взаимодействии друг с другом.

Библиография

1. Астафьева, О. Н. Досуговые формы в «переходный период» развития культуры / О. Н. Астафьева // Социология власти. – 2005. – № 1. – С. 71-83.
2. Воронина, В. Н. Индустрия развлечений в мировой экономике / В. Н. Воронина // Российский внешнеэкономический вестник. – 2021. – № 10. – С. 22-33.
3. Дуликов, В. З. Досуговая составляющая в структуре свободного времени человека эпохи компьютерных технологий / В. З. Дуликов // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2015. – № 2 (64). – С. 153-160.
4. Дуликов, В. З. Индустрия досуга: к интерпретации понятия / В. З. Дуликов // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2014. – № 3 (59). – С. 121-127.
5. Зиятдинова, Ю. Е. Динамика культурных потребностей и культурная политика в современной России: автореф. дисс. к. культурологии – 24.00.01 Теория и история культуры / Ю. Е. Зиятдинова / Российская академия государственной службы при Президенте Российской Федерации. – Москва, 2005. – 24 с.
6. Оганезова, В. П. Индустрия развлечений: ожидание предпринимателей и реальность потребителей / В. П. Оганезова // Мир науки. Социология, филология, культурология. – № 1. – 2018. – URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/05SCSK118.pdf> (дата обращения: 09.10.2024)
7. Селезнева, Т. А. Бизнес индустрии развлечений и социальная ответственность: эволюция позиций / Т. А. Селезнева, С. И. Батина // Бизнес и стратегии. – 2017. – № 2 (07). – С. 51-55. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?ysclid=m2542pd4nv674562795&id=29962555> (дата обращения: 09.10.2024).
8. Стальная, В. А. Индустрия развлечений в мировой экономике: современные тенденции и перспективы развития / В. А. Стальная // Российский внешнеэкономический вестник. – 2009. – № 2. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/industriya-razvlecheniy-v-mirovoy-ekonomike-sovremennye-tendentsii-i-perspektivy-razvitiya> (дата обращения: 08.10.2024 г.)
9. Шарковская, Н. В. Понятие «досуг» в контексте гуманитарного дискурса / Н. В. Шарковская // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2014. – № 5 (61). – С. 100-106.
10. Ярошенко, Н. Н. Индустрия развлечений в современном культурном пространстве России / Н. Н. Ярошенко // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2016. – № 3 (71). – С. 122-132.

Current State and Main Trends in the Development of the Entertainment Industry in the Cultural Space of Russia

Anastasiya N. Levitskaya

Postgraduate Student,
UNESCO Chair,
Institute of Public Administration and Management,
Russian Presidential Academy of National
Economy and Public Administration (RANEPA),
119571, 82/1 Vernadsky ave., Moscow, Russian Federation;
e-mail: 3707765@mail.ru

Abstract

The article is devoted to the study of the modern cultural phenomenon of the entertainment industry, its current state, and development trends driven by the transformation of the cultural space of Russia. The main part of the article addresses the problem of the relationship between the concepts of "entertainment industry" and "leisure industry," caused by their multifaceted nature and the diversity of research approaches. The author justifies her own understanding of this problem, according to which the term "leisure industry" has a broader semantic content than "entertainment industry." The study emphasizes the significance of the entertainment industry and its functions for the development of Russian society at the current stage, including its contribution to the economy, job creation, relaxation, and health-preserving functions. Alongside the positive aspects, the ambiguous assessment of this cultural phenomenon in the works of Russian researchers is noted. Special attention is paid to the relationship between the entertainment industry and consumer preferences in the context of the changing cultural paradigm of Russian society. The diversity of cultural practices in the modern entertainment industry gives rise to a number of contradictory trends in its development, which are presented in the concluding part of the study.

For citation

Levitskaya A.N. (2024) *Sovremennoe sostoyanie i osnovnye tendentsii razvitiya industrii razvlecheniy v kulturnom prostranstve Rossii* [Current State and Main Trends in the Development of the Entertainment Industry in the Cultural Space of Russia]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 14 (10A), pp. 128-134.

Keywords

Entertainment industry, leisure industry, cultural space, cultural environment, cultural product, cultural-creating potential, high culture, mass consciousness, mass culture, consumer preferences.

References

1. Astafyeva, O. N. Leisure forms in the "transitional period" of cultural development / O. N. Astafyeva // *Sociology of power*. – 2005. – No. 1. – pp. 71-83.
2. Voronina, V. N. Entertainment industry in the world economy / V. N. Voronina // *Russian Foreign Economic Bulletin*. – 2021. – No. 10. – pp. 22-33.
3. Dulikov, V. Z. The leisure component in the structure of a person's free time in the era of computer technologies / V. Z.

-
- Dulikov // Bulletin of the Moscow State University of Culture and Arts. – 2015. – № 2 (64). – Pp. 153-160.
4. Dulikov, V. Z. Leisure industry: towards the interpretation of the concept / V. Z. Dulikov // Bulletin of the Moscow State University of Culture and Arts. – 2014. – № 3 (59). – Pp. 121-127.
 5. Ziyatdinova, Yu. E. Dynamics of cultural needs and cultural policy in modern Russia: the author's abstract. Dissertation of K. culturology – 24.00.01 Theory and History of Culture / Yu. E. Ziyatdinova / Russian Academy of Public Administration under the President of the Russian Federation. – Moscow, 2005. – 24 p.
 6. Oganezova, V. P. Entertainment industry: the expectation of entrepreneurs and the reality of consumers / V. P. Oganezova // The world of science. Sociology, philology, cultural studies. – No. 1. – 2018. – URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/05SCSK118.pdf> (date of application: 09.10.2024)
 7. Selezneva, T. A. Business of the entertainment industry and social responsibility: the evolution of positions / T. A. Selezneva, S. I. Batina // Business and Strategies. – 2017. – № 2 (07). – Pp. 51-55. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?ysclid=m2542pd4nv674562795&id=29962555> (accessed 09.10.2024).
 8. Stalnaya, V. A. Entertainment industry in the world economy: current trends and development prospects / V. A. Stalnaya // Russian Foreign Economic Bulletin. – 2009. – No. 2. – Access mode: <https://cyberleninka.ru/article/n/industriya-razvlecheniy-v-mirovoy-ekonomike-sovremennye-tendentsii-i-perspektivy-razvitiya> (date of reference: 08.10.2024)
 9. Sharkovskaya, N. V. The concept of "leisure" in the context of humanitarian discourse / N. V. Sharkovskaya // Bulletin of the Moscow State University of Culture and Arts. – 2014. – № 5 (61). – Pp. 100-106.
 10. Yaroshenko, N. N. Entertainment industry in the modern cultural space of Russia / N. N. Yaroshenko // Bulletin of the Moscow State University of Culture and Arts. – 2016. – № 3 (71). – Pp. 122-132.